

中小企業家団体との連携による インターンシップに関する考察

須 永 一 道・齋 藤 智

One consideration about the effect inspection
about the internship evaluation

Kazumichi Sunaga, Satoshi Saito

1. はじめに

全国の大学・短期大学などで体験型・経験型といった様々な形式でのインターンシップが実施されている。先に我々は、PBL型インターンシップの発展形態として、地域の一定エリアでの「地域ミッションインターンシップ」を実施し、その効果などについても報告した。今回、我々は地域の企業家と大学との連携によるインターンシップの実施例につき、その詳細について教育的効果等を検証し、今後我々の大学・短期大学において実施するにあたっての参考事例とすることとした。当該インターンシップは、企業家側から連携を大学に持ちかけたものとその逆に大学側からアプローチしたものとに分かれる。我々の大学が在る新潟県においても各種の企業家団体が存在し、独自の活動を行っている。インターンシップについてはかつてインターンシップ協議会という団体も存在したが、現在は各種団体の任意での取り組みとなっている。ややもすると、インターンシップ受け入れ体制が整っているのは一定規模以上の企業・団体となるが、我々は個人起業家が集まっている団体と連携し、中小企業経営者と学生との密着型インターンシップの実施を検討するものである。本稿はその実施例についての詳細な内容について報告し、我々の地域における中小企業家団体と連携したインターンシップを円滑に進める方策についても纏めたものである。

2. 研究目的

インターンシップと称した取り組みが拡大している。当初は大学が主体となり就職実績のある企業へ働きかけて実施することが主流であった。その後、インターンシップという同一名称を使用しながらも内容が多岐にわたる時代が到来している。

また、年を経るにつれてインターンシップの実施主体も以下のように多様化してきている。

(1) 大学主体の実施：講義、単位化など

- (2) 地方自治体を中心に協議会を設立：インターンシップの普及
- (3) 就職斡旋企業：採用活動の多角化
- (4) 企業等による採用活動：ワンディインターンシップなど
- (5) 産学連携による実施

このように実施主体ごとにみていくと、対象を短・大学生としながらもそれぞれの立場で目的を持ち、アプローチや実施内容を変えていることがわかる。

大学が学生の学びを実施目的としてスタートし、その後に普及を支援する意味合いから地方自治体が協議会という形式での取り組みを行ったことは、企業にとってインターンシップを意識する契機となったと考えられる。新潟県においては「にいがたインターンシップ協議会」が活動し、県内のインターンシップ普及に貢献した。協議会解散後は、大学個々での活動による取り組みを進める時期もあったが、文部科学省2010年度補助事業である「就業力育成支援事業」（2010年度・2011年度）、2012年度補助事業である「産業界のニーズに対応した教育改善・充実体制整備事業」（2012年度から2014年度）の展開にあわせ大学が連携した活動が進められた。

その後、2010年代半以降になるとリクナビ、マイナビに代表される就職斡旋企業による企業と学生を結び付けるインターンシップを経て、企業による採用活動を軸とした「ワンディインターンシップ」が主流となった。これに並行する形で取り組まれたのが、産学連携によるインターンシップの模索である。さて、本研究においては、当該産学連携による取り組み実施主体の異なる2つのインターンシップを取り上げ、その実施に向けての導入経緯や実施方法、課題などを確認することで、本学と連携する新潟県中小企業家同友会と連携し実施する新たなインターンシップの可能性を纏めた。

3. 研究方法

1) 研究対象

東北公益文科大学で実施している「社長インターンシップ」と東京中小企業家同友会が主催している「社長弟子入り・社長に学ぶインターンシップ」の取り組みを対象とした。

2) 調査期間

2019年6月から2020年2月

3) データの収集方法・手順

2つの先進事例個々について、ヒアリングなどによるデータ収集を以下の通り行った。

(1) 東北公益文科大学の取り組み

- ① COC+事業の一環として、本学を中心に新潟日報本社にサテライトキャンパスを設置する「4大学メディアキャンパス」参加校（長岡造形大学、新潟青陵大学、新潟薬科大学、新潟青陵大学短期大学部）が2017年6月30日にメディアシップ（新潟日報社本社）日報ホールで開催した「サテライトキャンパスサミット2017 in Niigata」において、東北公益文科大学地域経営系地域福祉コース鎌田剛准教授が講演された内容及び資料を参考資料とした。
- ② 同鎌田剛准教授へのヒアリング結果について参考とした。

(2) 東京中小企業家同友会の取り組み

- ① 2019年7月5日に京王プラザホテルを会場に開催された中小企業家同友会全国協議会第51回定

時総会に伺い、東京中小企業家同友会関係者にヒアリングを実施した。

- ② 学生向けに広報している資料を参考とした。

4) 分析方法

2つの先進事例について、各々の取り組みを項目毎にまとめ比較、分析を進めた。

使用する項目について「導入の背景」「導入の経緯」「導入準備」「内容」「課題」の5項目とした。

5) 倫理的配慮

東北公益文科大学地域経営系地域福祉コース鎌田剛准教授及び東京中小企業家同友会副代表理事大脇耕司様より報告掲載についての同意を得た。

4. 結 果

1) 東北公益文科大学の取り組み

東北公益文科大学では以下のような3つのインターンシップを実施している。

- ・社長インターンシップ（リーダーシップ体験）
- ・一般インターンシップ（職業意識の醸成）
- ・課題挑戦型インターンシップ（長期間での業務改善、企画立案等の職業スキル育成）

「社長インターンシップ」は地元企業の社長から学ぶ密着型のインターンシップである。通常のインターンシップとは異なり、業務を体験するのではなく、経営トップである社長のかばん持ちとして同行し、社長という「人」から職業観や人生観を学び社会人を養うインターンシップ科目となっている。

(1) 導入の背景

2001年に公設民営の私立大学としてスタートした経緯もあり、様々な地域向けの取り組みを進め
る中で2006年に「地域共創センター」を地域の窓口として設置し地元密着の取り組みを進めていた。

インターンシップについては、仕事体験の側面が強いプログラムであり事前学習も多く時間を
掛けずに参加する状況であった。

2013年度に文部科学省事業である「地（知）の拠点整備事業（COC）」に北海道・東北エリアの
私立大学として唯一採択されている。

(2) 導入経緯¹⁾

これまでのインターンシップの運営改善として学内における運営体制を変更した。

- ① 事前学習ノート、実習計画書等の様式一式を専門職養成枠組みに変更した。

（社会福祉士実習で使用していた様式への変更）

- ② 対話型指導の導入

インターンシップの目的をスキルの確認や体得に改めるため、事前から事後まで含めて授業時
間以外に、学生一人につき最低10回は30分程度の面談を実施した。

学外との取り組みとして、2008年に大学としてインターンシッププログラムを盛り上げるため、
地元の企業や団体の意見を反映した教育課程の充実を図ることを目的に「地域・大学協働人材育
成プログラム」の枠組みを検討するワーキンググループを立ち上げ、意見交換を行った。

ワーキンググループが実現した理由としては大きく以下の2点があげられる。

・担当教員の考えとして大学だけの人材育成というのは独りよがりであり、企業の方々にも人材育成の一端を担って頂きたいという思いが強く、自治体、企業、NPO、病院、福祉施設、教員チームによる人材育成のコミュニティを期待していた。

・地元企業230社あまりからなる後援会であったが、これまでは年1回の講演会と懇親会への参加程度に留まっており「それよりももうちょっと実質的な教育に関わりたい」という声があった。

当初は年間3から4回ワーキンググループでの会合を開催し意見交換を行っていたが現在は年2回程度になった。

この地元企業や団体、行政の方々を参加メンバーとしたその席上で理事・後援会長よりインターンシップの効果について疑問が投げかけられた。

「学生をインターンシップさせるなら、俺のカバン持ちをした方が良いのではないか」という主旨のお話が契機となり、様々な検討、準備を経て2012年に「社長インターンシップ」が誕生することとなった。

(3) 導入準備

① 学内調整

教授会において正課科目であったインターンシップの中に「社長インターンシップ」というメニュー追加手続きを行なったが、特段問題となることなく変更できた。

② 受け入れ企業の募集

当初は発案者でもある後援会長が協力社長を20名程集めてくれた。これは大学というより後援会長のネットワークによるもので、電話一本で集まったメンバーである。

現在では過去にインターンシップ（一般のインターンシップ）の受け入れを了承した実績のある企業約300社に対し、学期毎（年2回）に受入意向調査を実施している。

③ インターンシップの科目として、学生が選択するプログラムの一つとして実施した。導入初年度である2012年度はインターンシップ科目履修者（毎年100名前後）の内12名が選択した。

(4) 内 容

社長インターンシップについて山形新聞（2016年6月1日）が「挑む山形創生 第5部大学生の力(2)県内大学の取り組み」として以下の通り紹介している。

『東北公益文科大は、2012年度から「社長インターンシップ」を展開している。学生が“かばん持ち”としてトップの姿勢を間近で見学し、リーダーシップなどを身に付ける取り組みだ。

期間は基本的に5日間で、体験内容は受け入れる社長によって異なる。商談や接待、社内会議への同席のほか、中には社長宅にホームステイする例もあるなど、通常のインターンシップ（就業体験）とは一線を画す。「決断する時間よりも決断するための情報収集の時間が長かった」。社長インターンシップで商談に同席した学生の声だ。担当の庄内オフィス長の鎌田剛准教授は「こうした声こそ、社長と四六時中一緒にいて初めて気付けること」と指摘する。

目指すのは卒業後に就職先の企業や地域で課題に直面した際、率先して解決に取り組み、企業の業績改善、地域活性化の一助になるような人材。学生の成長をより高めるために力を入れているのが事前学習だ。業界の概要や企業の沿革、業務内容などを学習し、自分なりにどういう実習に取り組みたいかを「事前学習ノート」にまとめさせ、個別指導を行う。「学生に丸腰で体験させない」（鎌田准教授）のがこだわりだ。』

(5) 課 題

社長インターンシップが直ちに地元就職に結び付くことはなく、一般のインターンシップに参加した学生と差はない。社長インターンシップに参加する学生は、意欲的な学生が多く、東京や自分の地元以外で働きたいという意識も高く、課題の一つとなっている。

2) 東京中小企業家同友会の取り組み²⁾

「社長弟子入りインターンシップ」は東京中小企業家同友会が主催。社長に同行し、仕事を見ていただく企画である。内容としては、社内会議への参加、来訪者応接、トップ営業や折衝などへの同席等がある。最終日には総括会議を開催し、全参加者と交流が可能となる。

(1) 導入の背景

採用市場において中小企業の苦戦が続いている。大手企業はその資金力を活かし採用活動の早い段階から就職支援企業のwebサイトを利用した情報発信を行っており中小企業との採用力は拡大の一途となっている。

例年3月1日に解禁される合同企業説明会においては、大手企業や有名企業のブースに学生が集中し中小企業のブースには学生が一人もいないという状況を目にすることが多くある。

さらに大手企業ならば一社で何十人、何百人も集まる説明会を開くことができるが、ブランド力がなく単独の説明会開催では多くの学生を動員することが難しい中小企業の説明会は、中小企業同士で協同開催する合同説明会形式が定番化している。

そのため中小企業としては定期的に大学のキャリアセンター等に足を運び、自社の魅力をアピールする機会を設けたりすることに活路を見出しているが、直接学生へのアプローチの機会が不足していることは否めない。

(2) 導入経緯

学生への直接的なアプローチを実施するために、これまでのインターンシップと異なるプログラムの導入を行った。それが「社長弟子入りインターンシップ」である。

第一線で活躍している経営者に学生が密着し、ビジネスの最前線を肌で体験するとともに、今後の就職を考える糧とすることなどを目的に、東京同友会共同求人委員会が実施している。

(3) 導入準備

① 受け入れ企業の募集

東京中小企業家同友会加盟企業に対し、インターンシップ受け入れ希望調査を行う。

企業側にとっては1回目の受け入れについてはハードルが高くなっており、受け入れを躊躇する企業もある。ただ1回行くとリピートを行う企業がとて多くなっており、現在の社長弟子入りインターンシップの受け入れ企業は30～40社で推移している。

② 学生募集

主催は東京中小企業家同友会だが、申し込みは大学を通して行うこととした。大学からの承諾書提出が必要となっている。学生が活動を行う際のリスク管理としてインターンシップ保険への加入を確実に実施するためのルールとした。

なお申し込みに必要な様式は、日誌を含め東京中小企業家同友会のサイトに掲載している。

③ 大学との連携

駒沢大学とは連携し「社長弟子入りインターンシップ」について同大学講義内で説明・募集を行っている。

(4) 内 容

年2回実施時期を設定している。5日間で2人（2社）であるが、春は1日1社で4日、秋は2日で1社、計4日実施。1日1社の場合は受け入れ側が毎日同じ説明をしなければならないため大変である。

社長のカバン持ちとして、弟子入りして活動する。現場中心のインターンシップとは異なり、社長と同行し仕事を見る企画となっている。社内会議への参加、来訪者への対応、トップ営業や折衝など、社長ならではの迅速な判断の場面に立ち会う可能性があることが特長となっている。

受入れ企業がそれぞれに工夫した内容で実施しており、取引先銀行に協力を依頼し企業と金融機関の関係性について話をしてもらう等、社長のネットワークを活かして行っている。

参加学生は首都圏に拠点がある大学を中心に高知県、沖縄県を拠点とする大学からの参加者もいる。以下はその参加実績校について纏めたものである。

【参加実績校】

二松学舎大学、和洋女子大学、帝京平成大学、嘉悦大学、東海大学、駒沢大学、青山学院大学、桜美林大学、清泉女子大学、麗澤大学、国際武道大学、東京国際大学、法政大学、東邦大学、昭和女子大学、淑徳大学、神奈川大学、埼玉工業大学、東京経済大学、金沢工業大学、日本大学、千葉工業大学、工学院大学、拓殖大学、江戸川大学、総合学園ヒューマンアカデミー、国際電子ビジネス専門学校、高知工科大学、日本工学院専門学校、日本外国語専門学校、情報科学専門学校、専門学校インターナショナル・スクール オブ ビジネス、琉球大学、国立沖縄工業高等専門学校、名桜大学、沖縄県立芸術大学、沖縄国際大学、沖縄大学、沖縄キリスト教学院大学、沖縄キリスト教学院短期大学、沖縄女子短期大学

(5) 課 題

これまで同一企業で複数実施することで対応していたが、2020年度実施から4日間で4社の受け入れに変更して実施する。

5. 考 察

2例に共通している点として、「導入の経緯」に見られるように従来のインターンシップからの変化を目指していることである。それぞれが大学、経営者団体という相違した立場で従来のインターンシップの変化に向けアプローチし、プログラムの開発に繋げている。これまでのインターンシップに見られた大手企業での見学のような運営から経営者と直接接することでビジネスの最前線を感じ、就職活動への繋がるプログラムとなっている。アプローチは違っていても、大学と企業、経営者団体と大学が連携することで、はじめて経営者と行動を共にするプログラムが成立し、経営者の理解ある参加によりその効果を高めている。

多くのインターンシップでは、人事部門などの担当者レベルが受け入れ決定から手続き、当日の対応までを行うことが多い実態とは一線を画している点とあわせ、経営層と関りを持つての取り組みの重要性が増している。

2つの事例に共通する課題は、インターンシップを実施するためには、大学サイドで学生への周知徹底を行い、参加学生を募集することを前提で動いている点である。就職斡旋企業のように莫大な資金を投入しインターンシップ受付用のwebサイトを構築し、学生への直接アプローチする手段を持たない限り、どのようなプログラムを開発しても学生募集での主役はコーディネーターの役割が期待される大学

側である。

特にキーマンとなるのは、講義を通して学生との接点という強みを持っている教員への期待であり、プログラム実施にあたっては不可欠な存在である。

教員がコーディネーターの役割が難しい環境の場合には、キャリアセンター職員等がその役割を代行することになるが、学生との接点を考えると教員が中心として取り組める環境整備が不可欠である。

6. 結論（終わりに）

以上新しい形式でのインターンシップの詳細について報告した。当該インターンシップが実施された背景としては、昨今の人出不足がもたらす中小企業における新卒者採用難があること、大学側としても学生の問題発見・課題解決力向上を目指す新しい教育プログラム開発の必要性に迫られたこと、この2つの事由が推察される。本稿で報告した新規のプログラムについては次年度に向けテスト的に本学でも実施することを計画している。特に経営者と帯同するインターンシップについては、短期間であっても、学生にとって社会人になるための座学では得られない総合的な教育的インパクトがあることは間違いのない。特に地域に根差した人材養成を目的とする本学としてもこの取り組みの必要性は大きいものと考えている。過去より継続的に行ってきた体験型・経験型のインターンシップに加えて、地元中小企業経営者との連携による経営者帯同型インターンシップを実施することにより学生の問題発見・課題解決力の向上のみならず、社会人としての総合力の礎が築ければ教育的効果は甚大なものとなると推察されるところである。

尚本学で行うとした場合のインターンシップの効果的实施には、2事例に見られる大学と経済団体との連携によるプログラムが効果的であり、本学においては一気に新プログラムを進めるのではなく段階的に異なるアプローチを検証しながら進む方が得策と考える。

その際には以下に簡単に記したような過程を経ての実施となる。

- (1) インターンシップの具体的な実施方法や企業：起業家の選定など実施計画につき、経済団体と打ち合わせの上決定する。
- (2) 会員企業における対象企業・起業家について選定する。
- (3) 具体的なインターンシップ実施時期等につき経済団体・選定企業などと詳細を決定する。
- (4) 当該計画におけるインターンシップ受講生を決定する。
- (5) 受講生と受け入れ先企業・起業家とのミーティング及び説明会の実施

まずは次年度に試験的に上記の過程を経て「経営者帯同型インターンシップ」についての実施を検討し、学生の総合的な能力向上に繋げられたらと考えるところである。

謝 辞

本研究にご協力頂いた東北公益文科大学地域経営系地域福祉コース鎌田剛准教授、東京中小企業家同友会副代表理事大脇耕司様、新潟県中小企業家同友会参加企業の皆様、関係者の皆様に心より感謝申し上げます。

【引用文献】

- 1) 学校法人新潟青陵学園「サテライトキャンパスサミット2017in Niigata」サテライトキャンパスを活用した地域の複合型課題解決について考える、2018.3、46-70ページ
- 2) 東京中小企業家同友会. ホームページ